

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*
TERHADAP PERILAKU MEMILIH FOLLOWERS ZUMI ZOLA
DALAM PEMILIHAN GUBERNUR PROVINSI JAMBI TAHUN
2015**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Politik pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik Universitas Andalas*



**Oleh :
TIARA ANGGREINI
(1310831006)**

**Dosen Pembimbing:
Dr. Asrinaldi, M.Si
Zulfadli, S. Hi, M.Si**

**JURUSAN ILMU POLITIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2018**

ABSTRAK

Tiara Anggreini, 1310831006, skripsi dengan judul Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Memilih Followers Zumi Zola Dalam Pemilihan Gubernur Provinsi Jambi Tahun 2015, Sebagai Pembimbing I Dr. Asrinaldi M.Si dan Pembimbing II Zulfadli S.Hi, M.Si. Skripsi ini terdiri dari 128 halaman, dengan, 8 Referensi Buku, 12 Jurnal, 6 Skripsi dan 4 Situs Internet.

Skripsi ini di latar belakang dari fenomena media social Instagram yang semakin meningkat dalam memasarkan produk, orang dan ide-ide media sosial. Skripsi ini membahas apakah kandidat politik yang aktif di media sosial akan mempengaruhi pilihan seseorang di dunia nyata. Penelitian ini menggunakan teori media sosial dengan satu variabel bebas yaitu intensitas pengguna media sosial (X1). Sebagai variabel terkait yakni perilaku memilih followers Zumi Zola dalam pemilihan Gubernur Provinsi Jambi Tahun 2015. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survey, tipe penelitian adalah *explanatory research* (penelitian penjelasan). Data dikumpulkan dengan kuesioner online menggunakan aplikasi *google form* yang disebar secara online. Responden dipilih menggunakan metode non probability sampling yaitu menggunakan aksidental sampling. Selanjutnya analisa dilakukan dengan bentuk table frekuensi. Uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier sederhana. Dalam penelitian ini variabel intensitas pengguna media sosial yang mempengaruhi variabel perilaku memilih terdapat hubungan yang positif yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kontingensi kedua variabel adalah sebesar 0,915 yang berarti hubungan kedua variabel merupakan hubungan positif yang sangat kuat atau dengan kata lain, keeratan hubungan kedua variabel ini tergolong kategori sedang. Menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara intensitas pengguna media sosial dengan perilaku memilih followers Zumi Zola.

Kata Kunci: *Perilaku Memilih, Followers, Media Sosial, Instagram*

ABSTRACT

Tiara Anggreini , 1310831006, thesis entitle “Influence Use of Social Media Instagram To Behavior Followers choose Zumi Zola In the Election of Jambi Province Governor Year 2015”, As Supervisor I Dr. Asrinaldi M.Si and Supervisor II Zulfadli S.Hi , M. Si . Essay this composed of 128 page , with , 8 References Books , 12 Journals , 6 Theses and 4 Internet Sites.

This thesis is motivated by the increasing phenomenon of Instagram to market and promote people, products, and ideas in social media. This thesis discusses whether political candidates who are active in social media will affect the real world. This research uses social media theory with one independent variable that is the intensity of social media users (X1). As the dependent variable of the behavior choose Zumi Zola followers in the election of the Governor of Jambi Province in 2015. This research uses quantitative approach with survey research design, research type is explanatory research (explanatory research). The data was collected with an online questionnaire using a Google Form application that was distributed online. Respondents were chosen using non-probability sampling method using accidental sampling. Furthermore, the analysis is done with the form of frequency table. Hypothesis test using simple linear regression analysis. In this study, the variable intensity of social media users that influence the behavioral variable choose there is a positive relationship which means H_0 is rejected and H_a accepted, with the contingency of both variables is equal to 0.915, which means the relationship between the two variables is a very strong positive relationship or in other words, the closeness of the relationship between these two variables are classified. Demonstrate a strong relationship between the intensity of social media users and the behavior of choosing Zumi Zola followers.

Keywords: *Social Media, Voting Behaviour, Followers, Instagram*